

---

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

First Semester Examination  
Academic Session 2010/2011

*Peperiksaan Semester Pertama  
Sidang Akademik 2010/2011*

November 2010

**YBP 325E – Creative Communication Production**  
***Penerbitan Komunikasi Kreatif***

Duration: 2 hours  
*Masa: 2 jam*

---

This examination paper consists of **TWO (2)** pages of printed materials.  
*Kertas peperiksaan ini mengandungi DUA (2) muka surat bercetak.*

You may answer questions either in Bahasa Malaysia or in English.  
*Anda dibenarkan menjawab soalan sama ada dalam Bahasa Malaysia atau Bahasa Inggeris.*

Answer **DUA (2)** questions.  
*Jawab DUA (2) soalan.*

Each question carries 100 marks.  
*Setiap soalan bernilai 100 markah.*

In the event of any discrepancies, the English version shall be used.  
*Sekiranya terdapat sebarang percanggahan pada soalan peperiksaan, versi Bahasa Inggeris hendaklah diguna pakai.*

1. Explain what a problem is, and describe the different categories of problems. In conducting a situational analysis to determine problems, what are the approaches that can be used? Provide relevant examples in explaining the different approaches.

*Jelaskan apa yang dimaksudkan dengan masalah dan huraikan kategori-kategori masalah yang berbeza. Dalam menjalankan analisa situasi untuk menentukan masalah, apakah pendekatan-pendekatan yang boleh digunakan? Berikan contoh-contoh berkaitan di dalam menjelaskan setiap pendekatan.*

2. What are the key advantages of the qualitative method in researching your audience? Using your group project as an example, which specific qualitative method(s) is/are advantageous in researching your audience and why?

*Apakah kelebihan utama kaedah kualitatif dalam menjalankan penyelidikan ke atas khalayak? Dengan menggunakan projek kumpulan anda sebagai contoh, kaedah kualitatif manakah yang memberikan kelebihan dalam menjalankan penyelidikan ke atas khalayak.*

3. Discuss the differences between message strategy, message appeal and message execution style. Discuss how these concepts are applied with examples to a commercial advertisement and a social campaign.

*Bincang perbezaan antara strategi mesej, rayuan mesej dan gaya perlaksanaan mesej. Huraikan aplikasi konsep tersebut dengan merujuk kepada satu contoh iklan komersial dan satu kempen sosial.*

4. Many health behaviour change models focused on the concepts of perceived threat, self- efficacy and social norms. Discuss the definition and applications of these concepts in message strategy development.

*Beberapa model perubahan perilaku kesihatan telah memberi fokus kepada konsep seperti persepsi ancaman, keyakinan diri dan norma sosial. Bincangkan definisi dan aplikasi konsep-konsep untuk pembentukan strategi mesej.*